



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bermula dari rumah sakit yang awal pertama bernama rumah sakit Husada Insani yang merupakan sebuah rumah sakit swasta pertama dengan tipe B yang juga lulus Akreditasi rumah sakit pada tahun 2012 yang lalu. Rumah sakit Usada Insani yang berdiri pada tanggal 21 September 1991 dengan luas tanah 12.051,20 meter persegi. Dan pada tahun 2013 Rumah Sakit Usada Insani berpindah kepemilikan dari PT. Usada Insani Abadi menjadi PT. Mitra Surya Insani.

Kemudian pada oktober 2017 Rumah sakit Usada Insani berganti nama lagi untuk yang ke 3 kalinya menjadi Rumah Sakit EMC yang terdapat di Sentul dan di daerah Tangerang berganti kepemilikan dan diakuisisi oleh Elang Mahkota Teknologi Group (EMTEK) melebarkan sayapnya kebidang kesehatan. Didukung dengan para dokter ahli, tenaga perawatan lainnya yang berkompeten di bidang masing-masing dan serta dilengkapi dengan fasilitas dan alat penunjang medis terbaik lainnya, EMC Tangerang berupaya untuk memberikan pelayanan kesehatan yang terbaik kepada pasien dan mengutamakan keselamatan pasien hal ini terbukti dengan keberhasilan Rumah Sakit EMC Tangerang dapat meraih Akreditasi Paripurna KARS (komisi Akreditasi Rumah Sakit) pada tanggal 22 Februari 2019.



Gambar 3.1 Logo Perusahaan
Sumber : Data Perusahaan, 2019

EMC melakukan pembangunan gedung baru dengan luas tanah 3000m², 7 lantai dan menyediakan sekitar 287 kamar. EMC memiliki visi untuk menjadi pemain kunci dalam pelayanan kesehatan dengan memperbaiki pelayanan kesehatan domestik agar memenuhi standar internasional.

Rumah sakit EMC Tangerang terus berupaya untuk mengutamakan pelayanan kesehatan yang terbaik untuk pasien, salah satu kualitas pelayanan dan program unggulan yang dimiliki oleh rumah sakit EMC tangerang ini adalah seperti pelayanan penunjang medis berikut ini:



Sumber : Data Perusahaan, 2019
Gambar 3.2 Hemodialisis

1. Cuci darah yang merupakan salah satu cara pengobatan untuk membersihkan racun yang terdapat didalam darah yang diakibatkan melalui kerusakan ginjal, sehingga ginjal tidak maksimal dalam menyaring dan mengeluarkan racun yang ada, sehingga di sarankan untuk cuci darah yang dalam bahasa medisnya adalah Hemodialisis HD (cuci darah) alat anti Endotoxin yang berfungsi untuk menetralisir toxin yang disebabkan oleh bakteri, rumah sakit EMC Tangerang memiliki 49 unit mesin cuci darah. mesin hemodialisa menggunakan mesin yang canggih +B Broun yang terbuat dari German yang canggih.



Sumber : Data Perusahaan, 2019
Gambar 3.3 Senam *Geriatri*

2. Pelayanan geriatri (program khusus pada Lanjut usia)
3. Cath-Lab sebuah pelayanan alat yang dilakukan di laboratorium dan digunakan untuk memeriksa, diagnostik dan memvisualisasikan penyakit jantung dan bilik pada jantung. Rumah sakit EMC Tangerang sebagai pusat layanan jantung yang memiliki dokter senior sebagai konsultan jantung.
4. Pelayanan Hemato Onkologi yaitu pelayanan penyakit kanker di RS EMC Tangerang memiliki dokter spesialis konsultan hematologi-Onkologi medik adalah penyakit-penyakit yang berhubungan dengan kanker darah.



Sumber : Data Perusahaan, 2019

Gambar : 3.4 Dokter Spesialis

5. Berikut pada Gambar 3.4 adalah dokter spesialis sehingga proses operasi syaraf kejepit di tulang punggung belakang dapat disembuhkan hanya dengan operasi kecil dengan memasukkan alat kecil beserta kamera , sehingga dokter hanya mengontrol jalannya alat yang bekerja pada pasien dan hal itu dilakukan oleh dokter spesialis Dr Harmantya Mahadhipta, Sp. OT (K) Spine. Salah satu program unggulan yang di andalkan dari rumah sakit EMC Tangerang adalah pelayanan syaraf kejepit (spine) di EMC memiliki dokter yang yang sangat ungu dalam pelayanan syarat kejepit. Dengan alat-alat yang sangat canggih sehingga proses operasi hanya dilakukan melalui alat yang kecil yang dinamakan Endoskopi (*orthopedic & traumatology*).

6. Pelayanan Farises dengan bahasa medisnya yaitu EVLT (Endo Veneos Laser Therapy) dengan dokter spesialis bedah (konsultan) vascular dan endovascular.

Rumah sakit EMC Tangerang juga menerapkan motto yang harus karyawan lakukan didalam lingkungan kerja sebagai berikut :

P = Peduli memperhatikan/mengindahkan/simpati.

R = Responsif menanggapi/tidak bersikap masa bodoh/empati.

I = Inovatif menemukan sesuatu yang baru/ terobosan positif.

M = Mandiri dapat berdiri sendiri/ dilandasi kompetensi.

A = Aktual benar-benar terjadi / berbasis bukti data atau pengetahuan yang EBM. (EBM = Evidence Based Medicine)

Berikut pelayanan pelayanan Rumah Sakit EMC Tangerang :

A. Pelayanan Rawat yaitu :

1. Ruang Perawatan VIP
2. Perawatan Kelas I
3. Perawatan kelas II
4. Perawatan Kelas III

5. Perawatan ICU (*intensive care unit*) ruangan perawatan yang intensif dengan berbagai peralatan khusus untuk menopang seluruh organ tubuh
6. Perawatan HCU (*high care unit*) ruangan dengan pasien yang stabil akan tetapi butuh pemantauan secara ketat dari pihak rumah sakit.
7. Perawatan PICU (*pediatric intensive care unit*) fasilitas perawatan rumah sakit yang dikhususkan kepada anak-anak dengan kondisi sakit yang parah atau kritis yang harus mendapatkan perawatan yang intensif dan harus di dipantau secara berkala, rentang usianya 1 bulan sampai dengan 18 tahun.
8. Perawatan Perinatologi (khusus ruangan bayi)

B. Pelayanan Rawat Jalan yaitu :

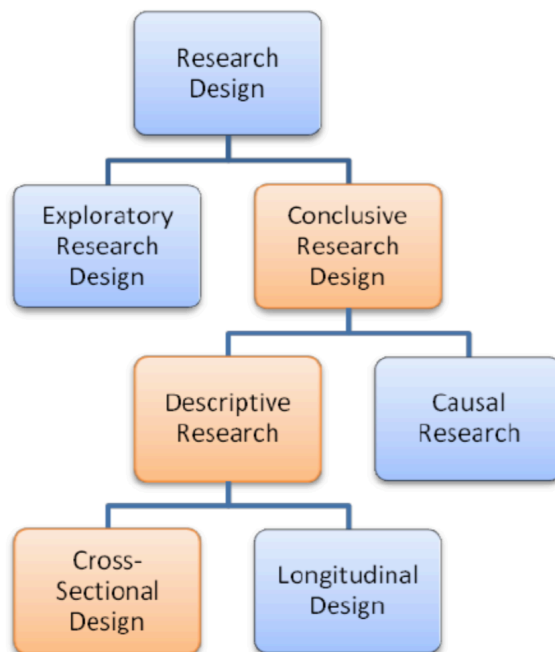
1. Poliklinik spesialis
2. Poliklinik gigi
3. Poliklinik Ibu dan Anak
4. Poliklinik Geriatri (khusus buat lansia)
5. Poliklinik Umum
6. Medical Chek up
7. Poliklinik Tumbuh Kembang

C. Pelayanan 24 Jam :

1. IGD (instalasi Gawat Darurat) merupakan salah satu bagian yang penting didalam sebuah rumah sakit yang menyediakan penanganan pertama pada pasien yang menderita sakit ataupun cedera.
2. Kamar Operasi
3. Radiologi (Ilmu kedokteran menggunakan radiasi untuk mengdiagnosis penyakit pasien dan juga pengobatannya seperti MRI, USG,Dental x-ray)
4. Farmasi
5. Laboratorium
6. Trauma Center (rumah sakit yang bekerjasama dengan BPJS, menangani kecelakaan saat bekerja, ataupunpenyakit akibat kerja)
7. Kamar Bersalin

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Malhotra (2012) didefinisikan sebagai suatu kerangka untuk melakukan suatu riset pemasaran. Didalam proses melakukan riset pemasaran memerlukan informasi yang detail dan spesifik dalam menyusun dan menyelesaikan sebuah masalah pada sebuah kasus tertentu. Terdapat 2 desain penelitian yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design*.



Sumber : Malhotra (2012)

Gambar 3.5 *Marketing research Design*

Dalam melakukan sebuah rancangan penelitian terdapat 2 jenis penelitian yang dapat digunakan oleh peneliti yakni:

1. *Exploratory Research design*

Exploratory Research adalah tipe dari desain penelitian yang tujuannya untuk dapat memberikan penjelasan mengenai sebuah masalah yang akan dipakai pada saat menjelaskan masalah, menjelaskan suatu perilaku yang relevan dan memberikan wawasan tambahan sebelum mengembangkan suatu hubungan.

2. *Conclusive Research design*

Jenis penelitian yang disusun dengan tujuan membuat sebuah keputusan yang berguna untuk menetapkan dan mengambil sebuah keputusan pada

sebuah situasi tertentu. Sasaran pencapaian pada susunan penelitian ini berguna untuk menguji hipotesis serta pengaruh antar variabel.

Disamping itu *Conclusive research* dapat terbagi menjadi dua jenis, yaitu

a) *Causal Research*

Tipe yang pertama adalah *Conclusive Research* adalah sebuah tipe yang memiliki tujuan utama untuk mencari dan membuktikan hubungan sebab dan akibat antar variabel, dimana metode pengambilnya datanya menggunakan eksperimen.

b) *Descriptive Research*

Tipe kedua dari *Conclusive research* ini merupakan salah satu tipe *Conclusive Research* yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu dalam pemasaran metode pengambilan data dilakukan dengan survey, panel, observasi, atau data sekunder kuantitatif.

Descriptive research dapat terbagi menjadi dua jenis bagian, yaitu:

➤ *Longitudinal Design*

Merupakan desain penelitian yang pengambilan datanya hanya diambil dalam jangka waktu tertentu dari kelompok responden yang sama. Bertujuan untuk mempelajari fenomena pada dua periode atau lebih dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Sehingga penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah akan terjadi perubahan pola perilaku dari responden dalam jangka waktu tertentu.

➤ *Cross-Sectional Design*

Merupakan salah satu desain penelitian dimana data diambil hanya satu kali yang dikumpulkan dalam satu periode saja untuk menjawab pertanyaan dari suatu penelitian.

Cross sectional design terbagi menjadi dua jenis, yaitu

a. Single Cross-Sectional Design

Pengambilan data hanya dilakukan sekali dalam sewaktu berasal dari sebuah kelompok responden atau narasumber.

b. Multiple Cross-Sectional Design

Pengambilan data yang berasal dari beberapa kelompok responden atau narasumber yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan karakteristik sifat pasar dan perilaku konsumen. Penelitian ini meneliti samplingnya dengan cara survei yang dilakukan hanya sekali saja pada satu periode (single cross-sectional) dengan menyebar kuisisioner kepada sampel secara terstruktur dan mudah dipahami oleh responden.

3.2.1 Data Penelitian

Untuk mendapatkan data penelitian yang sesuai dengan karakteristik responden yang tepat merupakan faktor yang penting dalam penelitian. Malhotra (2012) menyatakan ada 2 kategori data yang digunakan dalam melakukan sebuah penelitian sebagai berikut:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara peneliti dengan pasien dengan tujuan memberikan penyelesaian terhadap masalah didalam penelitian.
2. Data sekunder, yaitu data yang sebelumnya sudah ada, seperti pada website dan database. Kemudian dikumpulkan oleh peneliti untuk menyelesaikan masalah pada penelitian.

Sumber data yang utama digunakan oleh penelitian ini adalah

Sumber data primer, data tersebut dikumpulkan sendiri oleh peneliti melalui survey dan wawancara kepada pasien/kepada responden yang dituju. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuisioner dalam bentuk *offline* dan disebarakan kepada responden yang sudah ditentukan.

3.3 *Sampling Design Proses*

Menurut Malhotra (2012), metode yang digunakan peneliti dalam menentukan *sampling* yang akan digunakan terbagi menjadi 5 proses berikut ini merupakan gambaran dari *sampling design process*:

Sampling Design Process



Sumber: Malhotra (2012)
Gambar 3.6 *Sampling Design process*

Dari gambar 3.6 proses *sampling* yang pertama dilakukan adalah menentukan target populasi yang akan menjadi responden pada penelitian ini. Langkah selanjutnya adalah menentukan *sampling frame* untuk memperoleh atau membuat sebuah kerangka sampel yang berisikan setiap elemen populasi yang diambil sebagai target penelitian. Dan kemudian pada tahap ketiga adalah teknik pengambilan *sampling* sebagai sumber data yang didapatkan dan mewakili seluruh populasi. Pada tahap keempat adalah tahapan dimana peneliti menentukan jumlah *sample* yang digunakan pada penelitian ini. Pada tahap terakhir peneliti menentukan *sampling design process* yaitu melakukan pengambilan sampel yang sesuai dengan elemen populasi yang diperoleh dari keseluruhan sampel yang didapatkan, melakukan eksekusi proses *sampling* (Malhotra 2012)

3.4 Prosedur Penelitian

1. Mengumpulkan informasi dari literature pendukung dan juga jurnal-jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini untuk mendukung serta memodifikasi dan juga mendukung dalam proses pengumpulan kerangka penelitian.
2. Melakukan *draf* kuesioner dan juga menyusun tabel operasional dengan cara *wording* kuesioner. Pemilihan kata-kata yang mudah dipahami oleh responden agar mempermudah responden dalam memahami pernyataan yang diberikan sehingga hasil yang didapatkan oleh peneliti relevan.
3. Melakukan *Pre-test*.

3.5 Target Populasi

Penentuan target populasi merupakan sekumpulan elemen yang memiliki karakteristik sama dan menjadi sebuah lingkup untuk keperluan riset *marketing*, elemen yang merupakan sekumpulan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk menghasilkan informasi yang akurat dan relevan, Menurut Malhotra (2012), populasi adalah gabungan atau sekumpulan dari elemen yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi pada penelitian ini adalah pasien yang pernah atau sedang di rawat inap dan rawat jalan di rumah sakit EMC Tangerang.

3.5.1 Sampling unit

Sampling Unit adalah individu yang memiliki karakteristik yang mengandung unsur-unsur dari populasi dan akan dijadikan sampel dalam penelitian. Penelitian yang dibuat harus memiliki *sampling* yang memenuhi syarat dari elemen Malhotra (2012). *Sample unit* yang digunakan dalam penelitian ini adalah pria dan wanita, pernah dirawat inap atau rawat jalan, di rumah sakit EMC Tangerang,

3.5.2 Time Frame

Malhotra (2012) *Time frame* adalah kurun waktu yang dibutuhkan peneliti dalam mengumpulkan data dan mengelolah data. Pada penelitian ini peneliti membutuhkan waktu *time frame* selama kurang lebih 1 bulan dari Oktober hingga November 2019.

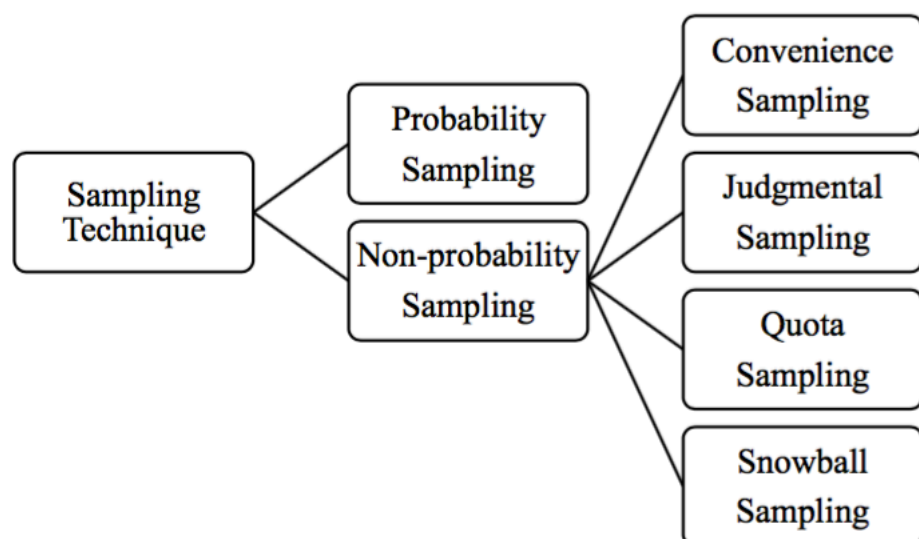
3.5.3 Sample Size

Berdasarkan teori dari jumlah sampel ditentukan dari Hair et al., (2010) penentuan jumlah sampel pada sebuah penelitian sesuai dengan

jumlah pernyataan yang dirancang pada saat membuat kuisioner, dimana mengasumsikan $n \text{ (item)} \times 5$ observasi sampai $n \text{ (item)} \times 20$ observasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 5 variabel yang digunakan untuk mengukur $n \times 5$ dengan 21 *item*, sehingga jumlah responden yang dibutuhkan adalah 21 *item* pernyataan dikali 5 sama dengan 105 responden.

3.5.4 Sampling Techniques

Sampling technique adalah proses dari peneliti untuk memilih jumlah dari elemen populasi. Teknik sampling dibagi menjadi 2 jenis, yaitu teknik *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dibawah ini adalah gambaran mengenai teknik *sampling Non-probability sampling* yakni tidak semua orang memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel dan dengan metode *Judgmental sampling* yaitu element populasi telah ditentukan berdasarkan pertimbangan peneliti.



sumber:Malhotra (2012)

Gambar : 3.6 *sampling technique*

Berikut penjelasan mengenai *sampling technique*:

1. *probability sampling*

Merupakan teknik *sampling* dimana seluruh elemen mendapatkan kesempatan yang sama dalam suatu populasi yang dipilih untuk dijadikan sampel dari penelitian (Malhotra,2012)

2. *Non-Probability Sampling*

Ini merupakan teknik *sampling* yang diambil berdasarkan kemudahan peneliti dalam mengambil *sampling* sehingga seluruh individu dapat mendapatkan kesempatan untuk menjadi sampel.

Menurut Malhotra (2012) menyebutkan bahwa terdapat 4 teknik yang dapat digunakan. Berikut merupakan penjelasan dari keempat teknik *non-probability sampling* :

- a. *Convenience Sampling* merupakan *sampling technique* yang didasarkan pada kenyamanan peneliti dalam mencari sampel. Dengan menggunakan teknik ini peneliti dapat mengumpulkan sampel yang diperlukan dengan cepat dan juga biaya yang murah.
- b. *Judgemental Sampling* adalah *convenience sampling* dengan elemen populasi yang sudah ditentukan sebelumnya berdasarkan pertimbangan dari peneliti.
- c. *Quota Sampling* yaitu teknik dari *non-probability sampling* yang merupakan teknik memiliki 2 tahapan. Yang pertama adalah menentukan kuota dari masing-masing elemen populasi. Tahapan

kedua adalah mengambil sampel berdasarkan teknik *convenience* dan juga *judgmental*.

- d. *Snowball Sampling* merupakan *sampling technique* yang berdasarkan pada refrensi dari para responden yang diteliti. Maksudnya adalah responden yang kita teliti diminta untuk merefrensikan orang yang juga memenuhi kriteria responden yang sesuai dengan kriteria yang sesuai dengan peneliti sehingga berlanjut menimbulkan efek *snowball*.

Samping teknik dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data tipe *non-probability sampling technique* sehingga tidak seluruh individu dapat menjadi sampel dalam penelitian ini karena peneliti tidak mempunyai *sampling frame* pada populasi, kemudian peneliti menggunakan teknik selanjutnya adalah teknik *judgmental technique sampling* yaitu sampel unit yang dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti (Malhotra, 2012). *judgmental sampling* merupakan *sampling* yang berdasarkan penilaian dari peneliti dimana sampel yang sudah dipilih oleh peneliti sudah mewakili populasi yang ada. Responden yang didapatkan harus berdasarkan karakteristik yang di inginkan peneliti seperti orang-orang/pasien yang pernah rawat inap ataupun rawat jalan, melakukan *medical check up* di rumah sakit EMC Tangerang. *judgmental technique sampling* didalam hal ini yang ditujukan dalam kuisisioner berupa *screening question* agar dapat menentukan responden yang lebih mendalam dan responden yang tepat.

Pengumpulan data menggunakan proses metode Pengumpulan data menggunakan proses metode *Single Cross-Sectional Design*, dimana pengambilan data yang diambil berasal dari satu kelompok responden atau narasumber. Metode pengumpulan data yang hanya dilakukan sekali dalam sebuah periode waktu saja (Malhotra, 2012). Didalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara *offline* yaitu melalui *print out* lembaran kuisioner yang disebar ke pasien atau keluarga pasien yang pernah dan sedang di rawat di area rumah sakit EMC Tangerang.

3.6 Identifikasi Variabel penelitian

3.6.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah *variable* yang memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya serta tidak dipengaruhi oleh *variable* lainnya didalam model penelitian dan variabel tersebut menjadi *variable* yang eksogen. Didalam notasi matematik variabel laten eksogen merupakan huruf Yunani Yunani ξ (“ksi”) Hair et al., (2010). selain itu variabel Independen digambarkan sebagai lingkaran dengan anak panah yang mengarah keluar. Sehingga dalam penelitian ini variabel independen adalah *Tangibility, Reability, Responsivness, Assurance, dan Empathy*.

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen merupakan variabel yang terikat pada satu persamaan didalam model penelitian atau dipengaruhi oleh variabel lainnya meskipun pada semua persamaan sisa variabel tersebut adalah variabel

bebas. Variabel dependen adalah variabel yang di pengaruhi oleh variabel lain didalam model. Variabel dependen biasanya di kenal dengan variabel endogen. Dalam notasi matematik variabel laten dependen adalah η (“eta”) Hair et al., (2010). Variabel dependen digambarkan sebagai lingkaran yang mempunyai setidaknya satu anak panah mengarah kepada variabel tersebut. Penelitian ini yang termasuk dalam variabel dependen adalah *patient satisfaction* dan *patient loyalty to hospital*

3.6.3 Variabel Teramati

Variabel teramati (*observed variabel*) atau variabel terukur (*measured variabel*) merupakan variabel yang dapat diukur secara empiris, yang disebut sebagai indikator. Metode survei menggunakan kuisisioner yang setiap pertanyaan dalam kuisisioner mewakili sebuah variabel teramati. Untuk symbol diagram variabel teramati adalah kotak/persegi empat panjang/bujur sangkar (Hair J. F., Black, Babin, & Anderson, Multivariate Data Analysis, 2010)

Dalam penelitian ini terdapat total 21 pertanyaan dalam kuisisioner sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini sebanyak 21 indikator.

3.7 Definisi Operational Variabel

Setiap variabel yang di ukur memerlukan indikator yang sesuai dan juga tepat agar mendapatkan hasil yang relevan akurat. Indikator tersebut bertujuan agar menyamakan presepsi dan menghindari kesalahpahaman dalam mendefnisikan variabel-variabel yang digunakan peneliti. Definisi disusun berdasarkan teori yang menjadi dasar dari berbagai literatur dan jurnal. Untuk

penelitian ini menggunakan skala pengukuran likert scale 5 point. Seluruh variabel diukur dengan skala likert 1 sampai dengan 5, dengan angka 1 menyatakan bahwa “sangat tidak setuju” sampai dengan angka 5 yang menyatakan bahwa “sangat setuju” dengan pernyataan yang telah di paparkan oleh responden. Definisi mengenai variabel beserta indikator akan dipaparkan dalam bentuk tabel definisi operasional dibawah ini:

Tabel 3.1 Tabel Operational

No.	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode Measurem ent	Scalling Technique
1.	<i>Tangibility</i>	Fasilitas fisik, penampilan personil, peralatan yang digunakan untuk mendukung kegiatan representasi fisik dari layanan, seperti kartu kredit atau surat bank, dan fasilitas fisik lainnya Parasuraman et al., (1985).	Menurut saya, Rumah sakit EMC Tangerang memiliki peralatan yang baik (Meesala & Paul, 2016)	T1	Likert 1-5
			Menurut saya, Rumah sakit EMC Tangerang memiliki bangunan fisik yang menarik secara visual (Meesala & Paul, 2016)	T2	
			Menurut saya, karyawan rumah sakit tampak rapi (Meesala & Paul, 2016)	T3	
2.	<i>Reliability</i>	Kemampuan menyediakan layanan yang benar dan akurat, serta sesuai dengan apa yang ditetapkan oleh perusahaan, seperti memberikan informasi yang tepat dan akurat (Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra, (2005).	Menurut saya, rumah sakit EMC Tangerang menyediakan layanan yang menjanjikan (Meesala & Paul, 2016)	RELI1	Likert 1-5
			Menurut saya, pihak rumah sakit EMC Tangerang membantu pasien ketika sedang ada masalah (Meesala & Paul, 2016)	RELI2	

No.	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode Measurement	Scalling Technique
3.	<i>Responsivness</i>	Kesediaan atau kesiapan daripada karyawan untuk menyediakan <i>service</i> yang dibutuhkan oleh konsumen (Parasuraman et al., (1985).	Karyawan rumah sakit EMC Tangerang memberitahukan kapan layanan pasien akan dilakukan (Meesala & Paul, 2016)	RESPON1	Likert 1-5
			Rumah sakit EMC Tangerang memberikan layanan yang cepat untuk pasien (Meesala & Paul, 2016)	RESPON2	
			Karyawan rumah sakit EMC Tangerang selalu bersedia membantu pasien (Meesala & Paul, 2016)	RESPON3	
4.	<i>Assurance</i>	Keyakinan atau kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen ketika menggunakan layanan dari perusahaan tersebut, karena perusahaan tersebut menyediakan layanan dengan jelas, dapat dipercaya, dan sesuai dengan informasi tentang perusahaan yang sebelumnya telah diterima konsumen sebelum menggunakan layanan dari perusahaan tersebut (Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra, 2005).	Pasien merasa aman dalam interaksi dengan karyawan rumah sakit EMC Tangerang (Meesala & Paul, 2016)	ASSU1	Likert 1-5
			Karyawan rumah sakit EMC Tangerang memiliki pengetahuan yang baik (Meesala & Paul, 2016)	ASSU2	
			Karyawan rumah sakit EMC Tangerang selalu bersikap sopan (Meesala & Paul, 2016)	ASSU3	
			Karyawan rumah sakit EMC Tangerang memiliki kemampuan yang baik dalam bekerja (Meesala & Paul, 2016)	ASSU4	

No.	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode Measurement	Scalling Technique
5.	<i>Empathy</i>	Penyedia jasa dapat memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen. Hal tersebut dapat terwujud ketika penyedia jasa selalu berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen (Parasuraman et al., 1985).	Karyawan rumah sakit EMC Tangerang sangat memperhatikan kebutuhan setiap pasien (Meesala & Paul, 2016)	EMP1	Likert 1-5
			Rumah sakit EMC Tangerang melakukan yang terbaik untuk pasien (Meesala & Paul, 2016)	EMP2	
6.	<i>Customer satisfaction</i>	Hasil dari penyediaan layanan dan barang yang sesuai dan memenuhi kebutuhan konsumen (Lee dan Moghavvemi, 2005).	Saya merasa puas dengan pelayanan medis yang diberikan oleh pihak rumah sakit EMC Tangerang (Meesala & Paul, 2016)	CS1	Likert 1-5
			Saya merasa pelayanan medis berhasil (Meesala & Paul, 2016)	CS2	
			Saya merasa, layanan medis telah memenuhi apa yang saya inginkan (Meesala & Paul, 2016)	CS3	
7.	<i>Customer loyalty</i>	Komitmen yang dipegang teguh oleh konsumen untuk melakukan pembelian kembali terhadap produk atau layanan secara konsisten di masa yang akan datang, dengan pembelian <i>merk</i>	Saya suka menggunakan layanan rumah sakit EMC Tangerang ini dikarenakan saya merasa puas dengan pelayanan rumah sakit (Meesala & Paul, 2016)	CL1	
			Saya akan tetap menggunakan layanan rumah sakit EMC Tangerang ini meskipun ada tawaran dari rumah sakit lainnya (Meesala	CL2	

		atau <i>brand</i> yang sama, meskipun tetap memiliki potensi adanya perilaku <i>switching</i> terhadap produk lainnya (Oliver, 1999).	& Paul, 2016)		Likert 1-5
			Saya lebih suka produk dan layanan (seperti pada spesialisnya, perawatannya, diagnosisnya, dan layanan media lainnya) di rumah sakit EMC Tangerang (Meesala & Paul, 2016)	CL3	
			Saya lebih suka rumah sakit EMC Tangerang ini dari pada rumah sakit lainnya (Meesala & Paul, 2016)	CL4	

3.8 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah metode survei yaitu dengan melalui kuisioner. Alat ukur dengan metode kuisioner menjadi faktor pengukuran yang utama pada penelitian ini, sehingga hal ini dapat menjadi faktor yang penting dalam keberhasilan pada penelitian. Dapat disimpulkan bahwa segala bentuk informasi dan alat ukur yang digunakan harus tepat, sesuai dan juga konsisten. Untuk mengukur ketepatan dan konsistensi kuesioner, peneliti perlu melakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

3.8.1.1 Uji Validitas

Menurut Hair et al., (2009), validitas merupakan sebuah skala sejauh mana pengukuran secara akurat merepresentasikan hal yang ingin di ukur oleh peneliti. Sebuah indikator yang dikatakan valid, apabila indikator dapat mengungkapkan pernyataan hal yang diukur oleh indikator tersebut. Sehingga dapat mengukur apakah validitas pernyataan dalam kuisioner yang sudah dibuat dengan secara terstruktur sesuai untuk mengukur apa yang

ingin diukur oleh penulis. Pada penelitian ini penulis melakukan uji validitas dengan cara uji faktor analysis. Ada pun yang hal yang perlu diperhatikan dalam menguji validitas terdapat pada tabel 3.2 Sebagai berikut:

Tabel 3.2 Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Nilai diisyaratkan
1	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy.</i> Merupakan sebuah indeks yang diunakan untuk menguji kecocokan model analisis.	Nilai $KMO \geq 0.5$ mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai dalam hal jumlah sampel, sedangkan nilai $KMO < 0.5$ mengindikasikan analisis faktor tidak memadai dalam hal jumlah sampel (Malhotra, 2010).
2	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> Merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel-variabel tidak berkorelasi pada populasi. Dengan kata lain, mengindikasikan bahwa matriks korelasi adalah matriks identitas, yang mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam faktor bersifat <i>related</i> ($r = 1$) atau <i>unrelated</i> ($r = 0$).	Jika hasil uji nilai signifikan ≤ 0.05 menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dan merupakan nilai yang diharapkan (Malhotra, 2010).
3	<i>Anti Image Matrics</i> Untuk memprediksi apakah suatu variabel memiliki kesalahan terhadap variabel lain.	Memperhatikan nilai <i>Measrue of Sampling Adequacy</i> (MSA) pada diagonal <i>anti image correlation</i> . Nilai MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1 dengan kriteria: Nilai $MSA = 1$, menandakan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain. Nilai $MSA \geq 0.50$, menandakan bahwa

		variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut.
		Nilai $MSA \leq 0.50$, menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Perlu dikatakan pengulangan perhitungan analisis faktor dengan mengeluarkan indikator yang memiliki nilai $MSA \leq 0.50$ (Hair et al., 2009).
4	<i>Factor Loading of Component Matrix</i> Merupakan besarnya korelasi suatu indikator dengan faktor yang terbentuk. Tujuannya untuk menentukan validitas setiap indikator dalam mengkonstruksi setiap variabel.	Kriteria validitas suatu indikator itu dikatakan valid membentuk suatu faktor, jika memiliki <i>factor loading</i> sebesar 0.50 (Hair et al., 2009).

3.8.1.2 Uji Realibilitas

Tingkat kehandalan dapat diketahui melalui sebuah uji realibilitas dari sebuah penelitian Menurut Malhotra (2012) Suatu tingkat keandalan dilihat dari konsistensi dan stabil jawaban responden terhadap sebuah pertanyaan yang terdapat didalam kuisisioner. Menurut Malhotra (2012) *cronboach alpha* adalah alat ukur untuk menentukan korelasi antar jawaban pernyataan dari suatu konstruk atau variabel. Korelasi tersebut dinilai reliabel jika *cronbach alpha* memiliki nilai ≥ 0.6 .

3.8.1.4 Uji Pre-test

Tingkat kehandalan dapat diketahui dari sebuah uji realibilitas dalam sebuah penelitian Menurut Malhotra (2012) tingkat keandalan dilihat dari konsistensi dan stabil jawaban responden terhadap sebuah pertanyaan yang diberikan, terdapat didalam kuisioner. Menurut Malhotra (2012) *cronboach alpha* adalah alat ukur untuk menentukan korelasi antar jawaban dari pernyataan dari suatu konstruk atau variabel. Korelasi tersebut dinilai reliabel jika *cronbach alpha* memiliki nilai ≥ 0.6 .

3.8.1.5 Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini, menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Analisis regresi merupakan sebuah studi untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen (Ghozali, 2013). Sebelum melakukan penelitian uji regresi linear berganda, peneliti harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk mendapatkan hasil yang terbaik (Ghozali, 2013).

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji analisis regresi linear berganda terhadap hipotesti pada penelitian, peneliti diharuskan melakukan beberapa uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengukur persamaan regresi yang telah didapatkan (Ghozali, 2013). Gauss (1821) dalam Graybill (1976) menyatakan bahwa semua asumsi terpenuhi, maka estimator yang dihasilkan akan bersifat memiliki varian yang paling minimum diantara

nilai varians alternatif setiap model yang ada. *Linear* artinya adalah linier dalam variabel acak (Y). *Unbiased* artinya adalah tidak bias atau nilai harapan dari estimator sama atau mendekati nilai parameter yang sebenarnya. Peneliti harus melakukan beberapa uji asumsi klasik sebagai berikut ini :

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji variabel pengganggu residual, atau model regresi memiliki distribusi normal. Uji normalitas merupakan parameter dalam uji model regresi linear berganda, uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi tersebut dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil. Dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi dengan normal atau tidak yaitu dengan menggunakan analisis uji statistik dan grafik dan. Peneliti menggunakan metode analisis grafik dengan *Histogram Regression Standardized Residual*, grafik *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual*, dan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Model memenuhi uji normalitas jika grafik *Histogram Regression Standardized Residual* memberikan pola distribusi yang sejajar, grafik *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* memberikan pola meyebar pada garis diagonal, dan nilai signifikan dari uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan $\geq 0,05$ (Ghozali, 2013).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut dengan Homoskedastisitas dan ketika berbeda akan disebut dengan Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Uji Homoskedastisitas digunakan untuk menguji *error* dalam model statistik dapat melihat variansi dari *error* apakah terpengaruhi oleh faktor lain atau tidak. Beberapa cara untuk melakukan uji heteroskedastisitas yaitu dengan uji grafik *plot*, uji *park*, uji *glesjer*, dan uji *white*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode uji grafik *plot* dengan menggunakan uji *Scatterplot Regression Standardized Predicted Value*. Jika model ini memiliki titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa pada model ini tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

c. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika terdapat variabel independen yang saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal dan model regresi menjadi bias dan efek

pada variabel independen kepada variabel dependen menjadi tidak murni. Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas pada model regresi dapat dilihat dari Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen, menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen, korelasi antar variabel independen cukup tinggi maka hal tersebut merupakan indikasi adanya multikolonieritas, dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan memiliki nilai $VIF \geq 10$, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi terdapat gejala multikolonieritas (Ghozali, 2013).

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Analisis linier berganda ini dilakukan dengan uji koefisien determinasi dan uji t. Model regresi pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_3.X_4 + \beta_4.X_5.....(10)$$

Keterangan:

$Y = Intention to Use$

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = *Perceived Ease of Use* (PEOU)

X_2 = *Perceived Usefulness* (PU)

X_3 = *Social Influence* (SI)

X_4 = *Trust* (T)

X_5 = *Perceived Cost* (PC)

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Jika nilai (R^2) kecil, berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

b. Uji Signifikansi Stimulan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_0: b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya bahwa semua variabel independen bukan merupakan penjelasan signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis alternatif (HA) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau :

$$HA: b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Semua variabel independen secara simultan merupakan penjelasan signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Pengujian hipotesis dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

$$H_o : b_i = 0$$

$$H_A : b_i \neq 0$$

1) Pengaruh *Tangibility* (X_1) terhadap *Patient Satisfaction* (Y).

$$H_{o1}: b_1 \leq 0, \text{ tidak terdapat pengaruh positif } X_1 \text{ terhadap } Y$$

$$H_{a1}: b_1 > 0, \text{ terdapat pengaruh positif } X_1 \text{ terhadap } Y$$

2) Pengaruh *Reliability* (X_2) terhadap *Patient Satisfaction* (Y).

$$H_{o2}: b_2 \leq 0, \text{ tidak terdapat pengaruh positif } X_2 \text{ terhadap } Y$$

$$H_{a2}: b_2 > 0, \text{ terdapat pengaruh positif } X_2 \text{ terhadap } Y$$

3) Pengaruh *Responsiveness* (X_3) terhadap *Patient Satisfaction* (Y).

$$H_{o3}: b_3 \leq 0, \text{ tidak terdapat pengaruh positif } X_3 \text{ terhadap } Y$$

Ha3 : $b_3 > 0$, terdapat pengaruh positif X_3 terhadap Y

4) Pengaruh *Assurance* (X_4) terhadap *Patient Satisfaction* (Y).

Ho4: $b_4 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif X_4 terhadap Y

Ha4 : $b_4 > 0$, terdapat pengaruh positif X_4 terhadap Y

5) Pengaruh *Empathy* (X_5) terhadap *Patient Satisfaction* (Y).

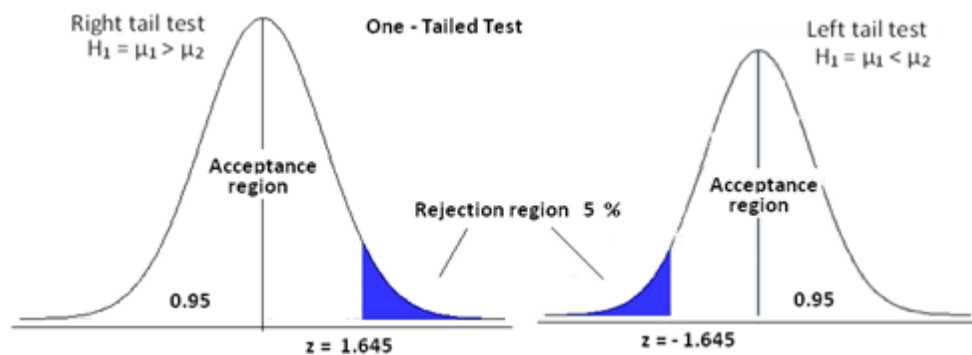
Ho5: $b_5 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif X_5 terhadap Y

Ha5 : $b_5 > 0$, terdapat pengaruh positif X_5 terhadap Y

6) Pengaruh *Patient Satisfaction* (X_6) terhadap *Patient loyalty* (Y).

Ho4: $b_6 \leq 0$, tidak terdapat pengaruh positif X_6 terhadap Y

Ha4: $b_6 > 0$, terdapat pengaruh positif X_6 terhadap Y



Gambar 3.8 *One-tailed Test*